

Denna kursplan är nedlagd eller ersatt av ny kursplan.



Kursplan

Institutionen för humaniora, utbildnings- och samhällsvetenskap

Planerad kommunikation I, 30 högskolepoäng Applied Communication I, 30 Credits

Kurskod:	MK017G	Utbildningsområde:	Tekniska området Humanistiska området
Huvudområde:	Medie- och kommunikationsvetenskap	Högskolepoäng:	30
Utbildningsnivå:	Grundnivå	Ämnesgrupp (SCB):	Medie- o kommunikationsvetenskap
Inrättad:	2014-12-16	Fördjupning:	GXX
Giltig fr.o.m.:	Höstterminen 2018	Senast ändrad:	2018-03-27
		Beslutad av:	Prefekt

Mål

Mål för utbildning på grundnivå

Utbildning på grundnivå ska utveckla studenternas

- förmåga att göra självständiga och kritiska bedömningar,
- förmåga att självständigt urskilja, formulera och lösa problem, och
- beredskap att möta förändringar i arbetslivet.

Inom det område som utbildningen avser ska studenterna, utöver kunskaper och färdigheter, utveckla förmåga att

- söka och värdera kunskap på vetenskaplig nivå,
- följa kunskapsutvecklingen, och
- utbyta kunskaper även med personer utan specialkunskaper inom området.

(1 kap. 8 § högskolelagen)

Kursens mål

Kunskap och förståelse

Den studerande ska efter avslutad kurs visa

- kunskap om dominerande teorier inom planerad kommunikation och kampanjplanering,
- förståelse för effekter av olika arbets- och uttrycksformer för att bedriva planerad kommunikation,
- kunskap om grundläggande retoriska begrepp och användningen av dessa i planerad kommunikation, och
- förståelse för grundläggande principer som används för layout, typografi och publicering i digitala medier och tryck.

Färdighet och förmåga

Efter avslutad kurs ska den studerande kunna

- göra skriftliga och visuella presentationer av strategiska budskap riktade till specifika målgrupper,
- tillämpa teorier inom området i situationer som informatörer och kommunikatörer möter i sin yrkespraktik,
- utföra mindre informations- och kommunikationsprojekt avseende både strategisk planering och praktiskt genomförande,
- arbeta med produktion och tekniska lösningar inom visuella medier,

- tillämpa ett retoriskt tänkande vid produktion av text och bild som ska användas i planerad kommunikation, och
- resonera kring användarfrågor i digitala medier.

Värderingsförmåga och förhållningssätt

Efter avslutad kurs visar den studerande förmågan att

- kritiskt analysera och reflektera kring centrala faktorer i visuell kommunikation,
- bedöma och kritiskt diskutera egna och andras retoriska produkter i dels ett retoriskt perspektiv, dels ett etiskt perspektiv och ett genusperspektiv,
- kritiskt diskutera informatörens och kommunikatörens arbetsmetoder och yrkesroll,
- utifrån olika kriterier kunna skilja mellan lämpliga och mindre lämpliga arbetsmetoder inom visuell kommunikation, public relations, strategisk kommunikation, marknadskommunikation och kampanjplanering,
- kritiskt granska planerad och strategisk kommunikation, och
- placera yrkespraktiken i ett samhälleligt sammanhang.

Kursens huvudsakliga innehåll

Delkurs 1

Planerad kommunikation, 7,5 högskolepoäng

Delkursen ger grundläggande kunskaper om området planerad kommunikation. Delkursen inleds med en historisk och teoretisk genomgång av de olika områdena public relations, strategisk kommunikation och marknadskommunikation. Därefter fokuseras den praktiska arbetsprocessen inom området, med betoning på analys-, planerings- och metodfrågor.

Delkurs 2

Retorisk marknadskommunikation i visuella medier, 7,5 högskolepoäng

Delkursen syftar till att ge kunskap om retoriska, marknadskommunikativa, estetiska och tekniska perspektiv på multimodal kommunikation. Här ingår bland annat att diskutera retorikens roll i och relation till marknadskommunikation; varumärken och varumärkeskommunikation; etik och genus; mediernas olika kommunikativa förutsättningar samt tekniska lösningar och estetiska val. Studenten ges tillfälle att med hjälp av retoriska verktyg och digitala layoutverktyg som hanterar textdesign, bild, färg och formverktyg, träna på att producera multimodala texter. De grafiska produkterna som skapats publiceras i digitala medier.

Delkurs 3

Kampanjplanering, idéarbete och webbproduktion, 15 högskolepoäng

Delkursen ger fördjupning i kampanjplanering samt hur delar av en kampanj kan utformas med hjälp av digitala och interaktiva kommunikations- och uttrycksformer. Under delkursen planeras och utformas en PR-, opinions/samhälls- och/eller marknadskommunikationskampanj. Under delkursen produceras även en webblösning, som en del av kampanjens mediestrategi. Delkursens webbmoment ger grunder i olika webbstandarder och verktyg för webbproduktion och design. Under webbmomentet diskuteras användbarhet, grafik och textutformning för webb och andra digitala miljöer, som en del i den övergripande kampanjplanens medieval. I delkursen ingår fortlöpande inlämningsuppgifter av såväl analytisk som praktisk/estetisk karaktär.

Delkursernas ordning kan komma att ändras.

Studieformer

Undervisning kan ske genom föreläsningar, lektioner, seminarier, enskilda övningar, gruppövningar och handledning.

Den som antagits till och registrerats på en kurs har rätt att erhålla undervisning och/eller handledning under den tid som angavs för kurstillfället som den sökande blivit antagen till (se universitetets antagningsordning). Därefter upphör rätten till undervisning och/eller handledning.

Examinationsformer

Planerad kommunikation - begrepp, 3 högskolepoäng. (Provkod: 0101)
Salstentamen. (Delkurs 1)

Planerad kommunikation - teori och forskning, 1 högskolepoäng. (Provkod: 0102)
Presentation av uppgift vid seminarium. (Delkurs 1)

Planerad kommunikation - teori och praktik, 3,5 högskolepoäng. (Provkod: 0103)
Hemtentamen. (Delkurs 1)

Produktion av magasin, 7,5 högskolepoäng. (Provkod: 0203)
Individuella och gruppvisa uppgifter. (Delkurs 2)

Kampanjstrategisk planering, 7 högskolepoäng. (Provkod: 0301)
Skriftlig redovisning och muntlig presentation av samt opposition på kampanjstrategisk plan. (Delkurs 3)

Produktion av mindre webbplats, 2 högskolepoäng. (Provkod: 0302)
Inlämningsuppgift rörande grundläggande tekniker i webbproduktion. (Delkurs 3)

Produktion av kampanjsajt, 6 högskolepoäng. (Provkod: 0303)
Produktion av webblösning som del av kampanjplan, samt presentation av webbproduktion. (Delkurs 3)

Tid för examination

Om tidpunkten för examination inte hålls beslutar examinator hur examinationen ska genomföras, samt i förekommande fall tidsram för den.

Komplettering för godkänt betyg

Examinator kan bestämma att den studerande som inte godkänts på examinationen får utföra kompletterande uppgifter i stället för helt omprov. Kompletteringsuppgiften ska lämnas in till läraren inom en vecka efter det att betyget Underkänd har delgivits den studerande.

För ytterligare information se universitetets regler för examination inom utbildning på grundnivå och avancerad nivå.

Betyg

Enligt 6 kap. 18 § högskoleförordningen ska betyg sättas på en genomgången kurs om inte universitetet föreskriver något annat. Universitetet får föreskriva vilket betygssystem som ska användas. Betyget ska beslutas av en av universitetet särskilt utsedd lärare (examinator).

Enligt föreskrifter om betygssystem för utbildning på grundnivå och avancerad nivå (rektors beslut 2010-10-19, dnr CF 12-540/2010) ska som betyg användas något av uttrycken underkänd, godkänd eller väl godkänd. Rektor eller den rektor bestämmer får besluta om undantag från denna bestämmelse för en viss kurs om det finns särskilda skäl.

Som betyg på kursen används Underkänd (U), Godkänd (G) eller Väl Godkänd (VG).

Planerad kommunikation - begrepp

Som betyg används Underkänd (U), Godkänd (G) eller Väl Godkänd (VG).

Planerad kommunikation - teori och forskning

Som betyg används Underkänd (U) eller Godkänd (G).

Planerad kommunikation - teori och praktik

Som betyg används Underkänd (U), Godkänd (G) eller Väl Godkänd (VG).

Produktion av magasin

Som betyg används Underkänd (U), Godkänd (G) eller Väl Godkänd (VG).

Kampanjstrategisk planering

Som betyg används Underkänd (U), Godkänd (G) eller Väl Godkänd (VG).

Produktion av mindre webbplats

Som betyg används Underkänd (U) eller Godkänd (G).

Produktion av kampanjsajt

Som betyg används Underkänd (U), Godkänd (G) eller Väl Godkänd (VG).

Betyg på hel kurs

För att erhålla betyget Väl godkänd på hel kurs krävs betyget Väl godkänd på minst 20 högskolepoäng.

För ytterligare information se universitetets regler för examination inom utbildning på grundnivå och avancerad nivå.

Särskild behörighet och andra villkor

22,5 högskolepoäng från Medie- och kommunikationsvetenskap, fortsättningskurs, 30 högskolepoäng eller Medie- och kommunikationsvetenskap, fortsättningskurs, inriktning film, 30 högskolepoäng.

För ytterligare information se universitetets antagningsordning.

Tillgodoräknande av tidigare utbildning

Student som tidigare genomgått utbildning eller fullgjort annan verksamhet ska enligt högskoleförordningen tillgodoräknas detta som en del av den aktuella utbildningen under förutsättning att den tidigare utbildningen eller verksamheten uppfyller vissa krav.

För ytterligare information se universitetets lokala regler för tillgodoräkningen.

Övriga föreskrifter

På vissa moment kan undervisningsspråket vara engelska.

Övergångsbestämmelser

Om kursen genomgår sådana förändringar som är så omfattande att studenten inte kan examineras i enlighet med denna kursplan så anordnas möjlighet till särskilda examinationer i enlighet med universitetets lokala riktlinjer. Om det blir aktuellt kommer institutionen att informera berörda studenter.

Kurslitteratur och övriga läromedel

Delkurs 1: Obligatorisk litteratur

Coombs, Timothy W. & Holladay, Sherry J. (2014)
It's not just PR: public relations in society
Malden, MA: Wiley Blackwell

Falkheimer, Jesper & Heide, Mats (2014)
Strategisk kommunikation: en introduktion
Lund: Studentlitteratur

Larsson, Larsåke (2014)
Tillämpad kommunikationsvetenskap
Lund: Studentlitteratur

Mårtensson, Rita (2009)
Marknadskommunikation: kunden, varumärket, lönsamheten
Lund: Studentlitteratur, (3 upplagan) (valda delar)

Delkurs 1: Referenslitteratur

Duhé, Sandra (red.) (2012)
New Media and Public Relations
New York: Peter Lang

Mahoney, James (2017)
Strategic Communication. Campaign Planning
Sydney: Oxford University Press

Delkurs 2: Obligatorisk litteratur

Adobe Digital Publishing Suite Essential Training - Bob Levine
<http://www.lynda.com/Digital-Publishing-Suite-tutorials/Adobe-Digital-Publishing-Suite-Essential-Training/149122-2>
Föreläsning på Lynda.com

InDesign CC Essential Training, - David Blatner
<http://www.lynda.com/InDesign-tutorials/InDesign-CC-Essential-Training/120609-2.html>,
Föreläsning på Lynda.com

Heine, Arne (2005)

Arne Heines bok om typografi
 Askersund: Bild & Kultur

Jais-Nielsen, Eva (2004)
Tidskriftsdesign
 Stockholm: Ordfront

Kjeldsen, Jens E. (2008)
Retorik idag
 Lund: Studentlitteratur

Mårtenson, Rita (2009)
Marknadskommunikation: kunden, varumärket, lönsamheten
 Lund: Studentlitteratur, (3 upplagan) (valda delar)

Rosén, Mikael (senaste upplagan)
Skriva för att övertyga
 Stockholm: Sanoma Utbildning

Delkurs 2: Referenslitteratur

Foundations of Typography: Choosing and Combining Typefaces -Ina Saltz
<http://www.lynda.com/Design-Typography-tutorials/Foundations-Typography-Choosing-Combining-Typefaces/16244>
 Föreläsning på Lynda.com

Delkurs 3: Obligatorisk litteratur

Videokurser och handledning från www.lynda.com

Geijer, Erik (2012)
Skriva för webben
 SE:S Internetguide nr. 8, <https://www.iis.se/guide/att-skriva-for-webben/>

Tillägg och kommentarer till litteraturlistan

Delkurs 1: Artiklar om ca 200 sidor tillkommer.
 Delkurs 2: Artiklar om ca 100 sidor tillkommer.
 Delkurs 3: Litteraturen från delkurs 1 och delkurs 2 används samt artiklar om ca 100 sidor tillkommer.

Det kan tillkomma kostnader i samband med undervisningen, t.ex. licensavgifter.